

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра медиалогии и веб-журналистики

НИКОНОВИЧ
Екатерина Руслановна

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СОЦИАЛЬНОЙ
РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
Кандидат филологических наук,
доцент
Н.А. Федотова

Допущена к защите

«___» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики
кандидат филологических наук, доцент В.П. Воробьев

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 63 с., источников 55, приложений 9.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ, СПОСОБЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ, ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, НОВЫЕ МЕДИА, ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ, ПРОФИЛАКТИКА ВИЧ И СПИДА, МАСТЕРСКАЯ СОЦИАЛЬНОГО КИНО.

В дипломной работе посредством анализа деятельности в интернете белорусской площадки «Мастерская социального кино» и проектов ПРООН по ВИЧ/СПИДу (в частности, Информационной стратегии по ВИЧ/СПИДу в Республике Беларусь) раскрывается особенность социального интернет-маркетинга в Беларуси. Исследуются последние кампании и проекты организаций, анализируется обширный теоретический материал. Основная цель данной работы – отразить достоинства и недостатки способов психологического воздействия социальной рекламы, используемых белорусскими интернет-ресурсами.

Подобные исследования в Беларуси не велись ранее, что доказывает новизну выбранной для исследования темы. Объект исследования дипломной работы – созданная некоммерческими организациями социальная реклама, размещённая в интернете, предмет – специфика способов воздействия рекламы в интернете. Актуальность данной темы в том, что социальная реклама в Беларуси только начинает развиваться как качественный продукт, и интернет как канал распространения является перспективным.

Автор работы подтверждает, что использованные теоретические источники и иные материалы сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 63 с., крыніц 55, дадаткаў 9.

САЦЫЯЛЬНАЯ РЭКЛАМА, ПСІХАЛОГІЯ РЭКЛАМЫ, СРОДКІ ЎЗДЗЕЯННЯ РЭКЛАМЫ, ІНТЭРНЭТ-РЭКЛАМА, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, НОВЫЯ МЕДЫЯ, ІНФАРМАЦЫЙНАЯ СТРАТЭГІЯ, ПРАФІЛАКТЫКА ВІЧ І СНІДУ, МАЙСТЭРНЯ САЦЫЯЛЬНАГА КІНО.

У дыпломнай працы праз аналіз дзейнасці ў інтэрнэце беларускай пляцоўкі «Майстэрня сацыяльнага кіно» і праектаў ПРААН па ВІЧ/СНІДу (у прыватнасці, Інфармацыйнай стратэгіі па ВІЧ / СНІДу ў Рэспубліцы Беларусь) расчыняецца асаблівасць сацыяльнага інтэрнэт-маркетынгу ў Беларусі. Даследуюцца апошнія кампаніі і праекты арганізацый, аналізуецца шырокі тэарэтычны матэрыял. Асноўная мэта дадзенай працы - адлюстраваць вартасці і недахопы сродкаў псіхалагічнага ўздзеяння сацыяльнай рэкламы, якія выкарыстоўваюцца беларускімі інтэрнэт-рэсурсамі.

Падобныя даследаванні ў Беларусі не вяліся раней, што даказвае навізну абранай для даследавання тэмы. Аб'ект даследавання дыпломнай працы – створаная некамерцыйнымі арганізацыямі сацыяльная рэклама, размешчаная ў інтэрнэце, прадмет – спецыфіка спосабаў ўздзеяння рэкламы ў інтэрнэце. Актуальнасць дадзенай тэмы ў тым, што сацыяльная рэклама ў Беларусі толькі пачынае развівацца як якасны прадукт, і інтэрнэт як канал распаўсюджвання з'яўляецца перспектыўным.

Аўтар працы пацвярджае, што выкарыстаныя тэарэтычныя крыніцы і іншыя матэрыялы суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

SUMMARY

Thesis 63p. 55 sources, applications 9.

SOCIAL ADVERTISING, ADVERTISING PSYCHOLOGY, METHODS OF INFLUENCE OF ADVERTISING, ONLINE ADVERTISING, SOCIAL MEDIA, NEW MEDIA, INFORMATION STRATEGIES, HIV AND AIDS, SOCIAL FILM STUDIO.

The research paper by analyzing the activities in the Internet of the Belarusian cultural information establishment «Social film studio» and UNDP Project on HIV / AIDS (in particular, the Information Strategy on HIV / AIDS in the Republic of Belarus) revealed feature of social internet marketing in Belarus. We study past campaigns and projects of the organizations, analyze extensive theoretical material. The main purpose of this work - to reflect the advantages and disadvantages of the psychological impact of the social advertising used by the Belarusian Internet resources.

Similar studies weren't conducted in Belarus before, which proves the novelty selected for the study subjects. The object of the thesis – a non-profit organization of web-based social advertising, the subject – the specificity of the ways the impact of advertising on the Internet. The relevance of this topic is that social advertising in Belarus is only beginning to develop as a high-quality product, and the Internet as a distribution channel is promising.

The author of the work confirms that the use theoretical sources and other materials accompanied by references to their authors.